

MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI DALPADA MAHASISWA UPN VETERAN JAKARTA DI FITUR *CLOSE FRIEND* INSTAGRAM

Fiona Azzahra^{1*}, Lusya Handayani², Vina Mahdalena³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Veteran Jakarta, Jakarta, Indonesia
*fionaa@upnvj.ac.id

Abstract

The development of features on social media does not escape the risks, as happened with the close friends feature on Instagram. One of the problems that occurs is the leakage of information submitted, but the case of information leakage does not dampen the desire of individuals to continue to use it. Therefore, this study aims to find out how students experience managing and controlling their privacy information on the close friends feature and to find out why they use it. This study uses a qualitative research method with a phenomenological approach to find out more deeply a person's experience of a phenomenon. Researchers collected data by conducting in-depth interviews with 7 (seven) UPN Veteran Jakarta students from various faculties and produced 7 (seven) themes in the student experience using the close friend feature on Instagram. The data analysis techniques used in this study include the collection of life experiences, horizontalization, significant statements, thematic analysis, and essence statements. The results of this study found that there was a motive made by UPN Veteran Jakarta students in using the close friend feature on Instagram, namely they felt free to express themselves so they were comfortable in sharing information about themselves. In addition, they are also not fixated on the displayed image or other users' responses to their uploads.

Keyword: *phenomenology, close friend, instagram, communication privacy management*

Abstrak

Berkembangnya fitur-fitur yang ada pada media sosial, tidak luput juga dengan risiko yang hadir, misalnya yang terjadi pada fitur *close friend* di Instagram. Masalah yang terjadi adalah salah satunya adanya kebocoran informasi yang disampaikan, namun kasus kebocoran informasi tersebut tidak menyurutkan keinginan individu untuk tetap menggunakannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengalaman mahasiswa mengatur dan mengontrol informasi privasinya pada fitur *close friend* serta untuk mengetahui alasan mereka menggunakannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mengetahui lebih dalam pengalaman seseorang terhadap suatu fenomena. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara mendalam kepada 7 (tujuh) orang mahasiswa UPN Veteran Jakarta dari berbagai fakultas dan menghasilkan 7 (tujuh) tema dalam pengalaman mahasiswa menggunakan fitur *close friend* di Instagram. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini meliputi pengumpulan pengalaman hidup (*collection life experience*), horizontalisasi, pernyataan signifikan, analisis tematik, dan pernyataan esensi. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa terdapat motif yang dilakukan mahasiswa UPN Veteran Jakarta dalam menggunakan fitur *close friend* di Instagram, yakni mereka merasa bebas dalam mengekspresikan diri sehingga nyaman dalam membagikan informasi mengenai dirinya. Selain itu, mereka juga tidak terpaku pada citra yang ditampilkan atau tanggapan pengguna lain terkait unggahannya.

Kata kunci: *fenomenologi, close friend, instagram, manajemen privasi komunikasi*

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial saat ini sudah semakin banyak dan beragam, mulai dari aplikasi untuk menyampaikan opini

seperti Twitter, aplikasi *chatting* seperti Line, Whatsapp, dan Telegram, hingga aplikasi untuk membagikan foto dan video seperti Facebook dan Instagram. Menurut Nyoni dan

Velemptani dalam (Dianiya, 2021), media sosial dapat memberikan keuntungan terlebih untuk kaum muda karena dapat mengetahui informasi atau hal-hal penting yang terjadi pada teman mereka yang dapat dilihat melalui unggahan di media sosial. Unggahan tersebut dapat dikatakan sebagai pengungkapan diri yang dilakukan secara online karena dalam jurnal Dianiya dituliskan bahwa pengungkapan diri bukan hanya terjadi pada interaksi sosial sehari-hari, melainkan juga dapat dilakukan melalui perantara media sosial, seperti Instagram.

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat di berbagai dunia. Dilansir dari Katadata, jumlah pengguna Instagram di Indonesia hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna dengan kelompok usia 18-24 tahun sebagai pengguna terbesar (Rizaty, 2021). Menurut Akram dan Kumar dalam (Dianiya, 2021), Instagram merupakan panggung jejaring visual online karena banyak pengguna yang mengunggah kehidupan mereka melalui foto dan video. Instagram menjadi tempat untuk seseorang melakukan pengungkapan diri baik mengungkapkan perasaan, opini, ataupun informasi kepada khalayak, sehingga dapat mengaburkan batasan antara privasi dan publik. Setiap Tindakan pasti memiliki risiko, tidak terkecuali dengan pengungkapan diri pada Instagram. Ketika pengguna mengunggah suatu informasi, khalayak dapat membagikan informasi tersebut kepada orang lain tanpa bisa dicegah oleh pengguna. Oleh karena itu, perlu untuk menjaga antara pengungkapan dan privasi dalam mengelola hubungan, khususnya hubungan pada media sosial karena informasi yang telah tersebar tidak akan hilang dan akan menjadi rekam jejak digital.

Berkembangnya media dan melihat adanya fenomena pengungkapan diri pada khalayak maya sering terjadi, mengakibatkan adanya pengaburan batasan privasi, sehingga Instagram mengembangkan fitur yang dimilikinya. Instagram membantu setiap

pengguna dalam mengatur dan mengelola hubungan dengan pengikutnya. Pengguna dapat mengontrol antara informasi mana yang dapat dibagikan dan informasi mana yang lebih baik disimpan karena bersifat privasi. Selain bisa mengontrol informasi, perkembangan Instagram ini juga dapat mengontrol siapa saja yang dapat melihat informasi yang disampaikan oleh pengguna. Fitur ini dirilis pada 2018 lalu dan diberi nama fitur '*close friend*'.

Fitur ini merupakan pengembangan pada fitur '*Instagram Story*' yang mana sebelumnya hanya dapat membagikan informasi ke semua pengikut di akun tersebut. Sedangkan dengan fitur '*close friend*', Instagram memberikan ruang privat bagi pengguna dalam mengungkapkan diri dengan membagikan informasi ataupun konten kepada orang-orang yang dipercayainya. Sesuai dengan namanya, '*close friend*', yaitu teman dekat, biasanya orang-orang yang terdaftar di *close friend* merupakan teman dekat yang dapat dipercaya untuk menjaga informasi pengguna, sama halnya ketika pengguna membagikan informasinya secara langsung. Akan tetapi, pada kenyataannya hal tersebut tidak berjalan dengan yang seharusnya terjadi. Pengungkapan informasi pribadi yang dilakukan pengguna bocor karena terdapat pengguna yang berada pada daftar *close friend* mempublikasi informasi pribadi pengguna kepada orang lain.

Munculnya berita skandal antara ZA dan N menjadi salah satu kasus akibat bocornya informasi dari fitur '*close friend*' Instagram. Dilansir dari hotdetik, informasi yang diunggah ZA di *close friend* Instagram bocor karena salah satu orang yang menjadi bagian dari daftar '*close friend*' Instagram ZA men-*screenshot* dan menyebarkannya ke publik (Tim Detikhot, 2021). Hasil tangkapan layar yang dibagikan ke publik adalah informasi terkait dengan video mesra antara ZA dengan N. Video tersebut ZA unggah pada akun keduanya atau akun palsunya yang mana pada akun tersebut

hanya berisi teman yang ia kenal atau dekat dengannya dan video tersebut di unggah pada fitur *'close friend'*. Berdasarkan berita tersebut, dapat disimpulkan bahwa ZA mengunggah video yang berisi informasi pribadi pada *close friend* di akun keduanya, sehingga dapat diketahui bahwa video tersebut hanya dilihat oleh teman yang benar-benar dekat tanpa perlu takut diketahui oleh publik.

Selain berita kasus skandal antara ZA dan N, perceraian LC dan AF menjadi ramai diperbincangkan karena bocornya alasan LC menggugat AF ke publik. Dilansir dari kumparan (Tim Kumparan, 2021), hal ini terjadi serupa dengan kasus ZA dan N yang mana informasi tersebut bocor karena adanya orang yang dipercaya mengunggah informasi tersebut ke media. Berdasarkan fenomena yang terjadi dengan adanya kedua kasus ini memperlihatkan bahwa kepercayaan kepada teman dan kedekatan yang telah terjalin tidak menjamin untuk tidak menyebarkan informasi yang bersifat pribadi. Pengaturan dan kontrol yang sudah dilakukan juga tidak menutup kemungkinan akan terjadi turbulensi batasan.

Pengungkapan informasi yang terlalu banyak pada orang yang salah dan di waktu yang kurang tepat akan menimbulkan berbagai risiko bagi diri sendiri. Dikutip dari CNN Indonesia, masuk ke dalam *'close friend'* merupakan salah satu kepercayaan yang diberikan seseorang, sehingga harus memiliki etika yang baik untuk menjaga kepercayaan tersebut (Tim CNN, 2021). Psikolog klinis, Nuzulia Rahma Tristinarnum, dalam CNN Indonesia menyatakan bahwa perlu penyeleksian pertemanan secara baik-baik karena karakter setiap orang berbeda, sehingga kita mengetahui apakah mereka orang yang bisa dipercaya atau tidak. Pada umumnya, pertemanan antar individu yang terjalin cukup dekat sudah memiliki kepercayaan satu sama lain. Dengan adanya tingkat kepercayaan ini, pertukaran informasi yang bersifat pribadi kerap terjadi.

Kebocoran informasi tersebut tidak hanya terjadi pada *public figure*, peneliti melakukan wawancara awal kepada beberapa mahasiswa di Jakarta yang salah satunya menjadi sulit untuk percaya dengan orang lain dan tidak lagi menggunakan fitur *close friend*. Ia merupakan mahasiswa UPNVJ dan ia menyatakan bahwa orang-orang yang masuk ke dalam *close friend*nya merupakan orang-orang terdekatnya yang sangat ia percayai, sehingga ia merasa aman dalam menyampaikan informasi yang bersifat privasi. Sehingga, saat terjadi masalah kebocoran informasi, ia merasakan dampak yang besar.

Pada wawancara awal ini peneliti menemukan bahwa terdapat kedekatan yang terjalin antara komunikator dengan komunikan dalam pengungkapan informasi privasi pada fitur *close friend*. Sehingga, dari kedekatan tersebut dapat menimbulkan rasa percaya pada diri komunikator.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yang et al., 2016) menemukan bahwa mahasiswa yang merupakan responden menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial ketika mereka merasa memiliki kendali penuh atas informasi pribadinya. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Hollenbaugh, 2019) ditemukan bahwa pada media sosial Snapchat, ditemukan banyak yang melakukan praktik manajemen privasi terbuka jika dibandingkan dengan media sosial Facebook. Penelitian yang dilakukan oleh (Frampton & Child, 2013) juga menemukan bahwa interaksi yang lebih kuat antara rekan kerja akan berdampak pada diperluasnya batas privasi dalam media sosial. Kedekatan yang terjalin secara tatap muka dapat terjalin pula di media sosial. Selain itu, (Kamilah, 2020) menemukan bahwa terdapat kriteria-kriteria aturan yang dipertimbangkan oleh komunikator. Pada penelitiannya juga ditemukan bahwa Instagram digunakan untuk membangun citra dari para penggunanya dan pengguna memiliki Batasan-batasan informasi yang berbeda terkait privasinya. Hasil penelitian

yang dilakukan oleh (Rahma Hidayati & Irwansyah, 2021) menemukan bahwa terdapat pengaturan privasi yang ketat dalam memilah konten yang hanya dapat dilihat oleh sebagian orang.

Penelitian-penelitian terdahulu tersebut menemukan hasil bahwa dalam penggunaan media sosial, terdapat batasan privasi yang dipilih melalui kriteria-kriteria aturan, seperti kedekatan yang telah terjalin di kehidupan sehari-hari. Selain itu, terdapat kontrol dalam pengelolaan informasi pribadi tersebut. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Petronio, ia menyatakan bahwa privasi hanya ada dalam konteks ketegangan dialektis dengan pengungkapan. Jika informasi pribadi diungkap seluruhnya, maka tidak ada konsep privasi dan jika semua informasi disimpan, maka gagasan pengungkapan tidak dapat digunakan. Pengungkapan yang dilakukan pengguna Instagram pada teman di dalam “*close friend*” Instagram didasarkan pada tingkat kedekatan yang terjalin. Hasil wawancara awal yang peneliti lakukan dengan narasumber juga menemukan bahwa adanya kedekatan serta kepercayaan dalam pengungkapan informasi privasi. Selain itu, hasil wawancara awal menemukan bahwa terdapat mahasiswa yang tetap menggunakan fitur *close friend* walaupun sempat terjadi masalah dan ada pula yang tidak lagi menggunakan bahkan sampai tidak mudah percaya lagi dengan orang lain. 2 jawaban yang berbeda ini berasal dari mahasiswa UPN Veteran Jakarta. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat alasan mahasiswa UPN Veteran Jakarta mengungkapkan informasi pribadi dalam pertemanan pada fitur *close friend* di Instagram dan bagaimana pengguna mengatur serta mengontrol informasi privasi serta siapa saja yang dapat menerimanya.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, di mana penelitian ini dilakukan dengan menganalisis pengalaman yang dialami oleh subjek penelitian, yakni mahasiswa UPN Veteran Jakarta yang menjadi pengguna Instagram

dan menggunakan fitur *close friend* yang kemudian akan dikaji berdasarkan teori *Communication Privacy Management*. Penelitian-penelitian terdahulu di atas dijadikan sebagai referensi peneliti dalam melanjutkan penelitian mengenai fenomenologi pada pengungkapan informasi pribadi dalam pertemanan di fitur *close friend* Instagram. Melihat fenomena yang terjadi pada kasus yang telah dipaparkan dan berdasarkan hasil penelitian terdahulu, pengungkapan diri pada media sosial perlu diikuti dengan adanya kontrol dan pengaturan privasi. Manajemen privasi menjadi sangat penting, terlebih dalam penggunaan media sosial. Hasil penelitian terdahulu juga menyatakan bahwa terdapat kriteria-kriteria yang dapat dipilih untuk menerima informasi pribadi seseorang. Interaksi yang kuat dengan seseorang dan adanya kedekatan berdampak pada semakin terbukanya batasan komunikasinya.

Peneliti memilih mahasiswa UPN Veteran Jakarta karena peneliti melihat adanya penggunaan fitur *close friend* di Instagram dan berdasarkan hasil wawancara awal pada informan dapat dilihat bahwa terdapat mahasiswa UPN Veteran Jakarta yang memiliki masalah terkait penggunaan fitur tersebut dan tetap menggunakannya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa UPN Veteran Jakarta untuk melihat alasan mereka menggunakan fitur tersebut dan bagaimana cara mereka mengatur dan mengontrol siapa saja yang dapat menerima informasi dan informasi apa saja yang dapat mereka sampaikan. Selain itu, adanya fenomena bocornya informasi pribadi melalui fitur *close friend* menjadi alasan lain bagi peneliti untuk mengetahui apakah mereka mengalami hal serupa atau terdapat dampak setelah adanya fenomena tersebut. Oleh karena itu, peneliti bermaksud ingin mengetahui apa alasan mahasiswa UPN Veteran Jakarta mengungkapkan informasi pribadinya dalam pertemanan pada fitur *close friend* Instagram dan bagaimana mahasiswa UPN Veteran Jakarta mengatur

serta mengontrol informasi pribadi yang disampaikan dalam pertemanan pada fitur *'close friend'* Instagram yang akan dikaji menggunakan teori *Communication Privacy Management*.

Communication Privacy Management merupakan pengelolaan informasi pribadi dengan adanya batas-batas dalam pengungkapan pada hubungan. Batas-batas tersebut merupakan perasaan individu yang ingin informasinya diungkapkan dan yang ingin disimpan (West, 2017). Menurut Petronio, batasan atau pilihan individu dalam mengatur apa yang ingin disampaikan atau disimpan dipilih berdasarkan beberapa kriteria, seperti budaya, jenis kelamin, dan konteks (West, 2017). Kriteria tersebut merupakan dasar bagaimana individu melakukan pengungkapan diri di Instagram dengan menetapkan kontrol dan batasan pada saat melakukan pengungkapan informasi yang bersifat pribadi. Definisi informasi pada teori *Communication Privacy Management* (CPM) merupakan hal-hal yang bersifat rahasia (informasi privat) yang berarti informasi yang sangat berarti bagi orang tersebut. Akar dari teori ini merupakan asumsi mengenai cara seorang berpikir dan mengomunikasikannya. Asumsi-asumsi yang terdapat dalam Teori Manajemen Privasi Komunikasi (West, 2017) antara lain adalah sebagai berikut: 1) Manusia adalah individu yang dapat mengambil keputusan, 2) manusia adalah individu yang membuat keputusan dan mengikuti aturan, dan 3) manusia memiliki pilihan dalam memikirkan diri sendiri dan orang lain.

Selain asumsi tersebut, sebagai teori dialektik CPM juga memiliki 2 (dua) asumsi, yakni kehidupan relasional ditandai dengan perubahan dan adanya paradoks mengenai fakta mendasar dalam kehidupan yang berhubungan. Privasi informasi yang sulit untuk diungkapkan oleh individu biasanya mengenai informasi yang sangat penting yang ia miliki. CPM berkaitan dengan menjelaskan proses negosiasi individu mengenai pengungkapan informasi pribadi.

Seseorang dapat bernegosiasi khususnya pada diri sendiri mengenai pilihan dalam menyembunyikan atau membagikan suatu informasi pada orang lain (West, 2017). Teori *Communication Privacy Management* berfokus pada struktur aturan yang dibuat untuk mengungkapkan atau menahan informasi pribadi. Teori ini menawarkan sistem manajemen privasi yang mengidentifikasi cara-cara batasan privasi yang dikoordinasikan oleh tiap individu. Terdapat lima prinsip dasar yang teori *Communication Privacy Management* miliki, antara lain sebagai berikut: **1) Prinsip Kepemilikan Informasi Pribadi**, prinsip ini menyatakan bahwa tiap individu percaya bahwa mereka memiliki informasi tentang diri mereka sendiri. **2) Prinsip Pengendalian Informasi Pribadi**, prinsip ini menyatakan bahwa tiap individu memiliki dan mengembangkan batasan-batasan untuk mengendalikan informasi pribadi mereka. **3) Prinsip Aturan Informasi Pribadi**, prinsip ini menyatakan bahwa tiap individu berbagi dan menahan informasi berdasarkan pada sistem aturan. **4) Prinsip Kepemilikan bersama dan Penjagaan Informasi Pribadi**, prinsip ini menyatakan bahwa individu lainnya merupakan pemilik informasi pribadi individu lainnya jika didasarkan pada aturan mengenai hubungan, permeabilitas, dan kepemilikan. **5) Prinsip Turbulensi Batasan Informasi Pribadi**, prinsip ini menyatakan bahwa ketika aturan tidak diikuti dan terdapat suatu kesalahan, maka menghasilkan turbulensi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan pertanyaan, yaitu: 1) Apa alasan mahasiswa UPN Veteran Jakarta mengungkapkan informasi pribadi dalam pertemanan pada fitur *close friend* di Instagram? 2) Bagaimana pengguna mengatur dan mengontrol informasi pribadi yang disampaikan pada fitur *close friend* di Instagram?

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Alasan peneliti menggunakan fenomenologi kualitatif adalah untuk memperoleh beberapa pandangan, pernyataan, atau makna yang datang dari pengalaman partisipan secara lisan yang kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan serta membantu peneliti dalam mendapatkan informasi secara mendalam.

Peneliti menggunakan fenomenologi Schutz karena ingin melihat motif yang digunakan oleh informan dalam menggunakan fitur *close friend* Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta memberikan gambaran berdasarkan fakta dan data yang diperoleh dari mahasiswa UPNVJ dalam menggunakan fitur *close friend* Instagram yang mana hasilnya akan dideskripsikan secara rinci tentang bagaimana pengalaman partisipan dalam menggunakan fitur *close friend* Instagram. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Creswell, 2017) dalam bukunya yang menyatakan bahwa fenomenologi merupakan penelitian yang meneliti suatu kejadian atau peristiwa dengan mendeskripsikan suatu kejadian berdasarkan pengalaman individu.

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif di mana menurut Sarantakos dalam (Manziliati, 2017) merupakan paradigma yang menekankan pada peranan bahasa, interpretasi, dan pemahaman. Tujuan penelitian dengan paradigma ini adalah untuk menafsirkan dunia, memahami kehidupan sosial, menekankan makna, dan pemahaman. Alasan peneliti menggunakan paradigma ini adalah karena setiap peristiwa, interaksi, dan dinamika sosial yang terjadi terdapat makna yang berbeda di dalamnya dan tidak memiliki jawaban yang pasti sebab makna tersebut dipengaruhi oleh persepsi atau pengalaman pribadi tiap individu. Peneliti melihat bahwa paradigma ini sesuai dengan konteks pembahasan yang dipilih yang kemudian akan dijelaskan secara deskriptif karena penelitian ini bertujuan untuk

mengeksplorasi dan memahami makna-makna yang ada pada individu maupun kelompok.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Peneliti menentukan informan berdasarkan kriteria-kriteria yang telah disesuaikan, yaitu mahasiswa UPN Veteran Jakarta, pengguna aktif Instagram, dan menggunakan fitur *close friend* di Instagram.

Sumber data pada penelitian ini dikumpulkan melalui data primer, yaitu dengan melakukan wawancara mendalam. Wawancara dilakukan guna untuk menggali informasi mengenai pengalaman partisipan terkait penggunaan fitur *close friend* Instagram secara lebih riil dan merinci. Untuk data sekunder, peneliti menggunakan studi literatur dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

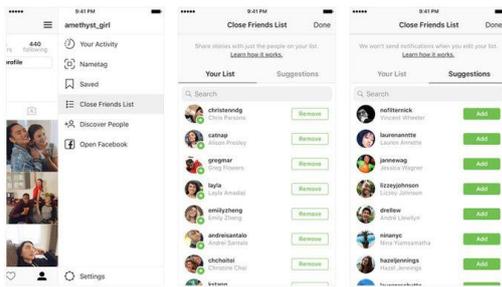
Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *open coding* lima tingkatan yang dilakukan dengan mengadaptasi model analisis lanjutan (Venus, 2013). Venus menjelaskan bahwa analisis dalam riset fenomenologi dilakukan dengan lima tahapan, yaitu: 1) pengumpulan pengalaman hidup, 2) horizontalisasi, 3) pernyataan signifikan, 4) analisis tematik, dan 5) pernyataan esensi.

Validitas merupakan kekuatan dalam penelitian kualitatif yang didasarkan pada kepastian apakah hasil penelitian yang diperoleh sudah akurat berdasarkan sudut pandang peneliti, partisipan, dan pembaca (Creswell, 2017). Pada penelitian ini, Teknik keabsahan data atau validitas yang digunakan adalah *membercheck*. Menurut (Sugiyono, 2019), *membercheck* merupakan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada informan. Tujuannya adalah mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan pemberi data. Pada penelitian ini, data yang sudah diperoleh dari informan akan dilakukan pengecekan dengan

cara diberikan kembali kepada informan untuk dipastikan apakah sudah memenuhi kebenaran atau valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fitur close friend atau yang biasa disingkat CF merupakan satu dari sekian banyak fitur yang ada di Instagram. *Close friend* dibuat untuk memudahkan pengguna dalam memilah-milih pengguna mana saja yang dapat menerima pesan yang ingin disampaikan. Dalam menggunakan fitur CF ini, biasanya pengguna mengatur serta mengontrol orang-orang yang masuk ke dalamnya dengan menambahkan atau menghapusnya, seperti yang tertera pada gambar di bawah. Di sinilah praktik manajemen privasi dapat dilihat, pengguna mengontrol informasi apa yang ingin disampaikan kepada orang-orang yang telah dipilihnya.



Gambar 1. Pengaturan pada fitur Close Friend
Sumber: Google.com

Pengguna Instagram yang menggunakan fitur *close friend* ini biasanya menambahkan orang-orang terdekat mereka, misalnya teman, kerabat, pacar, dan lain sebagainya. Dengan menambahkan orang-orang terdekat ini biasanya mereka lebih nyaman dan merasa percaya untuk menyampaikan informasi terkait dirinya. Pengguna lain yang masuk ke dalam daftar *close friend* tidak saling mengetahui sehingga diharapkan informasi yang disampaikan tidak bocor karena orang lain tidak mengetahui pada siapa saja pengguna tersebut membagikan informasinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengalaman mahasiswa UPN Veteran Jakarta menggunakan fitur *close friend* di Instagram memunculkan tujuh tema, yaitu 1) informasi yang disampaikan pada fitur *close friend*, 2) alasan membagikan informasi pada fitur *close friend*, 3) alasan menggunakan fitur *close friend*, 4) faktor pendorong dalam menggunakan fitur *close friend*, 5) aturan dalam menggunakan fitur *close friend*, 6) pertimbangan dalam membuat daftar *close friend*, dan 7) masalah pada penggunaan *close friend*.

Pada tema pertama yang terkait mengenai informasi yang disampaikan, seluruh informan memiliki kendali penuh atas informasi pribadinya. Walaupun orang-orang yang masuk ke dalam *close friend* merupakan orang-orang terdekat dan terpercaya, para informan tetap memegang kendali penuh dalam penyampaian informasi terkait dirinya.

Tema selanjutnya yaitu terkait alasan para informan menggunakan dan membagikan informasi pada fitur *close friend*. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, mereka merasa bahwa fitur *close friend* ini membuat mereka lebih bebas dalam mengekspresikan diri dan tidak memikirkan akan citra diri yang ditampilkan, berbeda jika mereka membagikan informasinya pada *non-close friend* atau publik. Hal ini dikarenakan orang-orang yang masuk ke dalam daftar *close friend* merupakan orang-orang yang sudah kenal dekat dengan informan dan orang-orang yang sudah mereka percayai, sehingga para informan lebih nyaman dalam membagikan informasinya.

Tema keempat berkaitan dengan faktor yang mendorong para informan dalam menggunakan fitur *close friend*. Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa terdapat dua faktor yang saling berkaitan, yakni faktor informasinya dan faktor penerima pesannya (komunikannya). 2 dari 7 informan menyatakan bahwa faktor informan yang menjadi pertimbangan awal dalam

menggunakan fitur *close friend*, yang kemudian baru melihat faktor komunikannya. Sedangkan 5 dari 7 informan menyatakan bahwa faktor komunikannya yang menentukan informasi apa yang akan disampaikan. Hal ini dikarenakan mereka hanya ingin orang-orang terdekatnya yang mengetahui informasi apa yang disampaikan, sehingga faktor komunikannya menjadi pertimbangan yang utama.

Tema selanjutnya adalah terkait aturan dalam menggunakan fitur *close friend*. Terdapat beberapa informan yang membuat aturan dan 2 dari 7 lainnya tidak memiliki aturan karena mereka informasi yang diunggahnya merupakan informasi yang sedang terjadi saat itu/ kegiatan yang sedang mereka lakukan. Sedangkan aturan yang dibuat oleh 5 dari 7 informan adalah mengenai topik yang berkaitan dengan agama, politik, dan psikologi karena teman-teman di *close friendnya* terdiri dari berbagai macam suku, ras dan latar belakang yang berbeda. Selain itu, aturan yang dibuat adalah untuk tidak terlalu mengumbar atau menceritakan secara detail saat curhat atau terkait *angle/* bagian tubuh informan yang terekspos.

Tema keenam berkaitan dengan pertimbangan yang dilakukan dalam membuat daftar *close friend*. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa para informan semuanya melakukan pertimbangan dalam menentukan siapa saja yang dapat masuk ke dalam daftar *close friend*. Para informan mengatakan bahwa faktor utama yang dipertimbangkan adalah terkait kedekatan. Kedekatan yang terjalin secara langsung/ tatap muka memiliki peluang besar untuk masuk ke dalam daftar *close friend*. Selain kedekatan, sifat dan karakter seseorang menjadi faktor pertimbangan para informan karena dengan mengenal dan mengetahui sifat serta karakter seseorang akan menimbulkan kenyamanan pada diri informan.

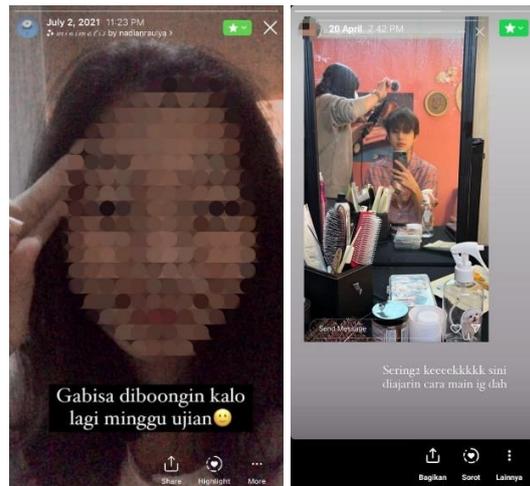
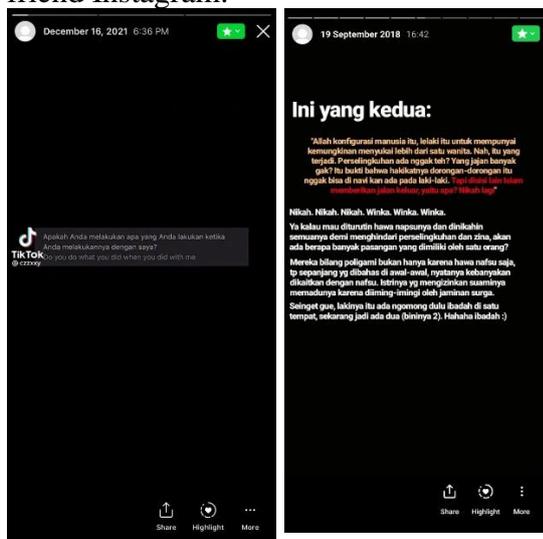
Tema terakhir berkaitan dengan masalah pada penggunaan fitur *close friend*.

Para informan menyatakan bahwa mereka semua tidak mengalami masalah terkait kebocoran informasi karena informasi yang disampaikan bukan informasi yang menimbulkan masalah dan bukan informasi yang sangat pribadi. Jadi, untuk masalah kebocoran informasi mereka tidak mengalaminya. Ketujuh informan juga menyatakan bahwa mereka mengetahui adanya kasus terkait kebocoran informasi pada fitur *close friend*. 3 dari 7 informan mengatakan bahwa mereka menjadi lebih ketat dalam mengendalikan fitur *close friend* setelah adanya kasus tersebut dan 4 lainnya mengatakan bahwa mereka tetap melakukan pengendalian seperti biasanya.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat peneliti simpulkan bahwa tema satu sampai empat (1-4) merupakan tema yang menjawab pertanyaan penelitian mengenai alasan mahasiswa UPNVJ mengungkapkan informasi pribadinya pada fitur *close friend*. Pada empat tema tersebut ditemukan bahwa alasan para informan mengungkapkan informasi pribadinya pada fitur *close friend* adalah karena mereka merasa lebih bebas dan nyaman dalam mengekspresikan dirinya sehingga ketika para informan membagikan informasi, mereka tidak lagi terpaku pada citra diri yang harus ditampilkan. Mereka dapat bebas membagikan informasi terkait kehidupan pribadi, seperti percintaan, keluarga, atau pendapat terhadap suatu isu. Para informan juga menyampaikan bahwa terdapat faktor yang mendorong mereka dalam menggunakan fitur *close friend*, seperti faktor informasinya dan faktor komunikannya. Sedangkan, pada tema lima sampai tujuh (5-7) merupakan tema yang menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana mahasiswa UPNVJ mengontrol serta mengatur informasi pribadinya pada fitur *close friend* di Instagram. Ditemukan pada ketiga tema tersebut bahwa pengendalian yang dilakukan oleh para informan cukup ketat dalam menggunakan fitur *close friend*. Hal ini dapat dilihat dari adanya pertimbangan-pertimbangan pada

pembuatan daftar *close friend*. Pertimbangan tersebut antara lain adanya kedekatan antara komunikator dan komunikan serta sifat dan karakter dari komunikator itu sendiri. Pada pengaturannya, terdapat beberapa informan yang tidak memiliki aturan dan terdapat pula yang memiliki aturan seperti informasi terkait agama, politik, psikologi, atau curahan hati (*curhat*) yang terlalu detail, sehingga tidak dibagikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, ditemukan bahwa rata-rata daftar *close friend* yang dimiliki oleh para informan berkisar sepuluh sampai dua puluh (10-20) orang. Dari jumlah orang yang masuk ke dalam daftar *close friend*, para informan menyatakan bahwa terdapat respon yang diberikan oleh komunikator pada informasi yang dibagikan. Akan tetapi, respon yang diberikan tidak didapatkan secara langsung (*real time*) sejak informasi itu dibagikan. Respon tersebut biasanya diberikan beberapa menit atau jam atau bahkan keesokan harinya dari informasi tersebut dibagikan. Dari hasil wawancara juga ditemukan bahwa fitur *close friend* ini digunakan untuk berbagai hal, mulai dari menyindir seseorang sampai memberi kode kepada orang yang sedang disukai (*gebetan*). Berikut adalah beberapa tangkapan layar yang informan berikan kepada peneliti terkait informasi yang diunggah pada fitur *close friend* Instagram.



Gambar 2. Tangkapan layar unggahan yang dibagikan oleh informan pada fitur *close friend*.
Sumber: Data Peneliti

Berdasarkan gambar-gambar di atas, dapat dilihat bahwa informasi yang disampaikan oleh informan sangat beragam, dari informasi tentang kegiatan yang sedang dilakukan, *fangirling*, membagikan pendapat, dan lainnya. Informan dapat bebas mengatur informasi yang ingin disampaikan dan juga bebas dalam mengatur siapa saja yang dapat menerima informasi tersebut.

Teori *communication privacy management* atau yang biasa disingkat menjadi CPM memiliki 3 asumsi dasar, yakni manusia adalah pembuat pilihan, manusia adalah pembuat aturan dan pengikut aturan, dan pilihan atau aturan manusia didasarkan pada suatu pertimbangan. Teori ini menyatakan bahwa setiap orang memiliki sistem pengambilan keputusan mengenai informasi apa saja yang layak untuk diungkapkan ke publik (*revealed information*) atau informasi apa saja yang sebaiknya disimpan untuk dirinya sendiri (*privacy information*). Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat dilihat dan peneliti simpulkan bahwa terdapat beberapa informan yang cenderung tidak mengungkapkan informasi privasi karena memungkinkan munculnya masalah. Mereka menganggap informasi tersebut tidak layak untuk dipublikasi. Sementara itu, terdapat

pula informan yang membagikan informasi pribadinya seperti mengenai keluarga, asmara, atau masalah yang sedang dihadapi.

Berdasarkan hasil wawancara dan merujuk pada lima prinsip dasar *communication privacy management* (West, 2017) dapat dilihat bahwa:

Prinsip Kepemilikan Informasi Pribadi: Prinsip ini menyatakan bahwa tiap individu percaya bahwa mereka memiliki informasi tentang diri mereka sendiri, informasi yang dapat dipilih untuk dibagikan atau disimpan. Berdasarkan hasil wawancara, para informan memilih untuk membagikan informasi secara langsung secara tatap muka, terlebih untuk informasi-informasi yang sifatnya sangat pribadi atau yang cenderung dapat menimbulkan masalah di kemudian hari. Para informan merasa khawatir apabila menyampaikan informasi tersebut pada media sosial walaupun pada fitur *close friend*, di mana pada fitur ini penerima pesan sudah diatur sendiri oleh komunikator/informan. Oleh sebab itu, untuk menjaga dan meminimalisir terjadinya kebocoran informasi, para informan memilih untuk menyimpan informasi yang bersifat sangat privasi dari media sosial dan membagikannya secara langsung kepada orang-orang yang sangat dipercayai.

Prinsip Pengendalian Informasi Pribadi: Prinsip ini menyatakan bahwa tiap individu memiliki dan mengembangkan batasan-batasan untuk mengendalikan informasi pribadi mereka. Hasil penelitian menemukan bahwa para informan memiliki batas-batas pribadi dengan mengolah informasi mana yang akan mereka sampaikan pada fitur *close friend*. Hal ini berhubungan dengan prinsip sebelumnya yang mana ditemukan bahwa informan memilih untuk bercerita secara langsung daripada di fitur *close friend* karena untuk menghindari bocornya informasi. Adanya kasus kebocoran informasi pada fitur *close friend* yang sempat ramai diperbincangkan juga menjadi salah satu alasan mengapa para

informan selektif dalam mengolah informasi yang akan dibagikan.

Prinsip Aturan Informasi Pribadi: Prinsip ini menyatakan bahwa tiap individu berbagi dan menahan informasi berdasarkan pada sistem aturan. Dalam penggunaan fitur *close friend*, seluruh informan memiliki pertimbangan dalam memilih siapa saja yang masuk ke dalam daftar *close friend*. Pertimbangan yang dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu, seperti karena faktor kedekatan, sifat, ataupun karakter pengguna lainnya. Selain itu, pada hasil penelitian ditemukan bahwa beberapa informan memiliki aturan dalam membagikan informasinya di fitur *close friend*, namun terdapat pula yang tidak memiliki aturan. Aturan-aturan yang mereka buat antara lain adalah terkait informasi yang dapat menimbulkan konflik, terkait agama, psikologi, dan lainnya. Aturan ini dibuat guna untuk menghindari terjadinya konflik akibat perbedaan pendapat antara komunikator dengan komunikan.

Prinsip Kepemilikan Bersama dan Penjagaan Informasi Pribadi: Prinsip ini menyatakan bahwa individu lainnya merupakan pemilik informasi pribadi individu lainnya jika didasarkan pada aturan mengenai hubungan, permeabilitas, dan kepemilikan. Dapat dilihat pada hasil penelitian bahwa para informan semuanya memiliki kontrol dalam mengatur informasi yang ingin disampaikan terkait dirinya. Sehingga, informan dapat meminimalisir terjadinya kebocoran informasi dan juga memudahkan informan dalam mengetahui apabila terjadi kebocoran informasi karena hanya orang-orang tertentu yang ada pada daftar *close friend* yang dapat menerima informasi tersebut.

Prinsip Turbulensi Batasan Informasi Pribadi: Prinsip ini menyatakan bahwa ketika aturan tidak diikuti dan terdapat suatu kesalahan, maka menghasilkan turbulensi. Pada hasil temuan peneliti, tidak ditemukan adanya turbulensi batasan karena para informan sangat selektif dalam

mengolah atau bernegosiasi dengan diri sendiri terkait informasi yang akan dibagikan di fitur *close friend*. Tidak ditemukan adanya masalah terkait kebocoran informasi pada penelitian ini, namun ditemukan masalah 'kecemburuan' oleh orang yang merasa dekat dengan informan tetapi tidak termasuk ke dalam daftar *close friend* informan.

Berdasarkan hasil di atas, dapat dilihat bahwa adanya sikap selektif yang berkaitan dengan teori *communication privacy management theory* bagi komunikator (para informan) dapat bermanfaat di media sosial, khususnya di Instagram pada fitur *close friend*. Hal ini dikarenakan dengan kita dapat memilih siapa saja komunikasi dan mengolah informasi yang ingin disampaikan dapat meminimalisir terjadinya kebocoran informasi. Dengan demikian, perspektif pengguna sebagai komunikator dapat diperhatikan lebih dalam pada penerapan *communication privacy management theory* terlebih dalam penggunaan teknologi/ media sosial yang semakin berkembang saat ini.

Pada hasil & pembahasan ini dapat terlihat konsep motif Schutz yang menjelaskan bahwa manusia melakukan suatu tindakan dikarenakan 2 (dua) hal, yakni motif sebab (*because of motive*) dan motif tujuan (*in-order to motive*). Motif tujuan merupakan alasan mengapa manusia bertindak karena ingin menciptakan situasi yang diharapkan. Sedangkan motif sebab merupakan alasan mengapa mereka melakukan hal tersebut. Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh para informan dan disimpulkan oleh peneliti, mahasiswa UPN Veteran Jakarta memiliki 4 motif sebab, yaitu informan merupakan pengguna Instagram, informan ingin bebas dalam mengekspresikan diri, informan ingin nyaman dalam membagikan informasi, dan informan tidak lagi terpaku pada 'image'/ citra yang ditampilkan atau tanggapan pengguna lain terkait unggahannya. Sementara, motif tujuan pada penelitian ini adalah peneliti menemukan bahwa informan

melihat fitur *close friend* ini ke depannya akan tetap digunakan walaupun terdapat masalah, seperti kebocoran informasi yang disampaikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat dilihat juga bahwa terdapat beberapa informan yang memiliki akun kedua atau *second account* di Instagram dan menggunakan fitur *close friend* di sana. Hal ini merupakan fenomena baru karena berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putu Hendika Permana dan Dewa Made Sutedja (Permana & Sutedja, 2021), salah satu alasan digunakannya *second account* digunakan adalah untuk membagikan kegiatan yang hanya dapat dilihat oleh teman terdekat dan tertentu. Sedangkan, fitur *close friend* memiliki fungsi yang serupa, yakni pengguna dapat menyortir orang-orang terdekat atau tertentu yang dapat melihat informasi yang dibagikan.

SIMPULAN

Alasan mahasiswa UPN Veteran Jakarta dalam membagikan informasi pribadinya pada fitur *close friend* adalah karena fitur *close friend* membuat mereka nyaman dalam mengungkapkan dirinya. Selain itu, fitur *close friend* juga membuat para informan bebas dalam mengekspresikan dirinya dan tidak terpaku pada pendapat atau komentar orang lain karena hanya orang-orang terpilih yang dapat melihat informasi yang disampaikan.

Pada penggunaannya, para informan melakukan pengendalian yang cukup ketat, sehingga pada saat munculnya kasus kebocoran informasi tidak mengganggu beberapa informan, namun terdapat pula informan yang menjadi lebih ketat dengan menghapus beberapa pengguna setelah adanya kasus tersebut. Adanya pertimbangan dalam menentukan daftar *close friend* juga menjadi salah satu cara informan mengendalikan penggunaan *close friend*. pertimbangan-pertimbangan tersebut antara lain adalah adanya kedekatan antara pengguna dengan komunikasi serta sifat dan

karakter komunikasi yang informan ketahui. Sementara itu, pada pengaturannya, terdapat beberapa informan yang tidak memiliki aturan dalam penggunaannya, namun terdapat juga informan yang memiliki aturan seperti tidak membagikan informasi mengenai agama, politik, psikologi, atau curhat yang sangat detail. Informasi-informasi yang dibagikan pada fitur *close friend* kebanyakan adalah informasi mengenai kejadian atau peristiwa yang sedang terjadi. Adapula informasi mengenai kehidupan pribadi, asmara, ataupun keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2017). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Dianiya, V. (2021). Management Privacy dalam Penggunaan Fitur “Close Friend” di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 249. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2652>
- Frampton, B. D., & Child, J. T. (2013). Friend or not to friend: Coworker Facebook friend requests as an application of communication privacy management theory. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2257–2264. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.006>
- Hollenbaugh, E. E. (2019). Privacy Management Among Social Media Natives: An Exploratory Study of Facebook and Snapchat. *Social Media and Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119855144>
- Kamilah, F. N. & S. B. L. (2020). Manajemen Privasi Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 9, no. 1, 98–108.
- Manziliati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Permana, P. H., & Sutedja, D. M. (2021). Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2, 1195–1204.
- Rahma Hidayati, F., & Irwansyah, I. (2021). Privasi “Pertemanan” Remaja di Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 78–91. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.186>
- Rizaty, M. A. (2021). Inilah Negara pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa? *Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tim CNN. (2021). Membedah Fenomena Close Friend Cepu dan Etika Pertemanan. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210805103059-277-676687/membedah-fenomena-close-friend-cepu-dan-etika-pertemanan/2>
- Tim Detikhot. (2021). Dua Garis Merah Zara Adhistry. *Detikhot*. <https://hot.detik.com/celeb/d-5663572/dua-garis-merah-zara-adhistry>
- Tim Kumparan. (2021). Unggahan Close Friends Bocor, Alasan Larissa Chou Ingin Cerai Terungkap! *Kumparan*. <https://kumparan.com/berita-artis/unggahan-close-friends-bocor-alasan-larissa-chou-ingin-cerai-terungkap-1vqjwuN6dcm/full>
- Venus, A. (2013). Fenomenologi Komunikasi Perkawinan Antarbudaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 2(2), 1–82. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/2548>

West, R. & L. H. T. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (5th ed.). Salemba Humanika.

Yang, K. C. C., Pulido, A., & Kang, Y. (2016). Exploring the Relationship between Privacy Concerns and Social

Media Use among College Students: A Communication Privacy Management Perspective. *Intercultural Communication Studies*, 25(2), 46–62.